

Edukasi Promosi Digital dalam Pengembangan Wisata Batu Indah, Desa Mandah, Lampung Selatan

Aida Sari¹, Nuzul Inas Nabila², Risda Marvinita^{*3}, Rinaldi Bursan⁴

^{1,2,3,4}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lampung, Indonesia

*e-mail: risda.marvinita@feb.unila.ac.id³

Abstrak

Desa memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan dalam upaya meningkatkan pendapatan desa dan memberi peluang lapangan kerja bagi masyarakat desa. Salah satu keunikan desa Mandah Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan terletak pada potensi alam berupa sungai Batu Indah yang teletak dipinggir desa. Pemerintah Desa telah berencana untuk membangun destinasi wisata desa Batu Indah ini, namun sayangnya belum diimbangi dengan pengetahuan mengenai pariwisata dan keterampilan teknologi masyarakat untuk melakukan promosi digital. Padahal adanya kemajuan teknologi dan aplikasi saat ini sangat membantu dalam promosi dan memperluas jangkauan. Salah satunya dengan promosi di media sosial untuk memperkenalkan destinasi wisata Batu Indah. Tujuan dari pengabdian ini adalah membantu mengedukasi pengetahuan masyarakat tentang promosi digital wisata dan keterampilan penggunaan aplikasi untuk konten dan desain promosi digital wisata Batu Indah. Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif melalui kegiatan langsung dengan melibatkan mitra dalam tahapan kegiatan. Tahapan kegiatan terdiri dari: pelatihan, pendampingan serta praktek dalam penggunaan aplikasi promosi digital menggunakan aplikasi Canva dan kemampuan Buatan (AI). Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah adanya peningkatan pengetahuan sebesar 80,86% yang didapat dari perbandingan hasil pre-test dan post-test peserta. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang dilaksanakan telah berhasil memahamkan konsep pariwisata dan promosi digital ke para peserta serta meningkatkan keterampilan dalam pembuatan desain dan konten-konten digital Destinasi wisata batu Indah yang telah dimuat pada berbagai aplikasi di media social. Dampak dari kegiatan ini adalah meningkatnya kapasitas masyarakat dalam mempromosikan wisata Batu Indah melalui platform digital, yang diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisata dan pendapatan desa.

Kata Kunci: Destinasi Wisata, Edukasi Digital, Pariwisata, Promosi Digital

Abstract

The village has a lot of potential that can be realized in order to enhance village income and give work possibilities for the people. Mandah Village in the Natar District of South Lampung Regency is distinguished by its natural potential, which is represented by the Batu Indah River, which runs along the village's border. The village government intended to build the Batu Indah village tourism attraction, but this was not matched by the community's knowledge of tourism or technology skills for digital promotion. In reality, today's advancements in technology and applications help with promotion and reach. One approach is to promote Batu Indah as a tourist attraction via social media. The goal of this dedication is to help educate the public about digital tourism promotion and how to use applications for content and design. Stone Indah. The implementation strategy employed in this service activity is participatory, with direct activities involving partners at various phases of the process. The activities are divided into three stages: training, mentoring, and practice using digital promotion software such as Canva and artificial intelligence. This community service activity resulted in an 80.86% improvement in knowledge, as determined by comparing the participants' pre-test and post-test scores. This indicates that the training was successful in teaching the participants about tourism and digital promotion, as well as improving their skills in creating designs and digital content for the Batu Indah tourist destination, which has been featured on various social media applications. The impact of this activity is the increased capacity of the community to promote Batu Indah tourism through digital platforms, which is expected to increase the number of tourist visits and village income.

Keywords: Digital Education, Digital Promotion, Tourist Destinations, Tourism

1. PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat hal ini terlihat dari adanya peningkatan kuantitas jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia baik lokal maupun internasional. Pengembangan pariwisata menjadi program utama pembangunan daerah saat ini karena berkontribusi langsung dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan memperluas lapangan kerja di daerah. Tentunya hal ini berdampak pula pada perkembangan perekonomian nasional. (Wardaya, 2022).

Setiap desa memiliki potensi menjadi destinasi wisata karena memiliki keunikan tersendiri baik dari potensi alam maupun potensi budayanya (Waruwu, 2020). Untuk menjadi sebuah tempat wisata tentunya perlu adanya dukungan dari masyarakat, organisasi, dan pemerintah untuk bekerjasama dalam mengolah potensi desa. Namun sayangnya pengelolaan pada sektor wisata di desa hingga saat ini masih belum dikelola secara maksimal. Padahal setiap desa memiliki potensi serta daya tarik tersendiri untuk dikenal secara lebih luas oleh masyarakat (Kurniawan A. R., 2020). Pengembangan desa wisata adalah salah satu bentuk dukungan dalam pembangunan desa yang berkelanjutan (Kurniawan A. W., 2023). Era digital yang terus berkembang menuntut penguasaan teknologi yang mumpuni dalam memperkenalkan kekayaan budaya, alam, serta kearifan lokal desa kepada masyarakat luas. Tentunya edukasi promosi digital dalam mengembangkan desa wisata perlu ditekuni dan dipelajari mendalam (Prayitno, 2021)

Desa Mandah berdiri pada tahun 1937 dan terletak di wilayah kecamatan Natar kabupaten Lampung Selatan. Mandah dalam bahasa Indonesia berarti menunggu dan Desa Mandah sendiri merupakan desa yang masuk sebagai desa awal cikal bakal kecamatan Natar (Nurhasanah, 2020). Luas wilayah Desa Mandah 908 hektar, dengan jarak tempuh dari pusat pemerintahan Provinsi Lampung sekitar 31 km. Desa Mandah memiliki potensi alam yang dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata. Daerah dipinggiran sungai desa sering dikunjungi masyarakat untuk foto-foto, dan bermain air di sungai dikenal dengan nama Batu Indah. Wisata desa Batu Indah ini potensial untuk dikembangkan namun kurangnya pengelolaan serta promosi digital berdampak pada kurang dikenalnya destinasi ini oleh khalayak. Promosi yang efektif dengan memanfaatkan teknologi digital sangat diperlukan untuk menjangkau pasar yang luas dengan harapan kelak destinasi wisata ramai dikunjungi dan membantu meningkatkan pendapatan masyarakat di Desa Mandah (Sari A. R., 2024). Pengelolaan wisata Batu Indah masih minim, yang mengakibatkan kurangnya fasilitas dan layanan yang memadai bagi pengunjung. Oleh karenanya penyediaan sarana dan prasarana yang memadai pun perlu dipersiapkan dengan baik seperti saung tempat istirahat, tempat makan, serta memindahkan lokasi sekitar wisata. Untuk menarik minat pengunjung serta mengenalkan tempat tersebut kepada masyarakat luas, perlu diadakan edukasi promosi digital bagi masyarakat dalam upaya pengembangan potensi wisata di Desa Mandah, Kecamatan Natar. (Sofyan, 2021)

Pembangunan pariwisata juga dapat menciptakan pendapatan yang dapat digunakan untuk melindungi dan melestarikan budaya dan lingkungan dan secara langsung menyentuh masyarakat setempat. Meski perencanaan sudah ada dan disusun dengan matang, namun pelaksanaannya tidak semudah yang dibayangkan. Hal ini sesuai dengan penuturan Sodikin yang dikutip dari Radar Lamsel.com dan diakses pada 5 Januari 2023. Beliau selaku kepala Desa Mandah menuturkan bahwa di permasalahan anggaran menjadi hal yang utama dipikirkan terlebih dahulu sebelum membuka destinasi wisata di Batu Indah. Adapun alternatif solusinya dengan mencari donatur atau sponsor, sehingga pengerjaannya dapat dimulai dalam waktu dekat ini.

Selain itu edukasi promosi digital bagi masyarakat pun perlu untuk dipersiapkan oleh pemerintah desa dalam rangka mengembangkan potensi wisata Batu Indah. Adapun edukasi yang diperlukan adalah tentang keterampilan penggunaan aplikasi Canva dan kecerdasan buatan (AI) dalam mengembangkan keterampilan pemasaran yang relevan dengan era digital saat ini (Pratiwi, 2021). Para profesional pemasaran yang menguasai kedua alat ini akan memiliki keunggulan kompetitif dalam menciptakan strategi promosi yang sukses dan berkelanjutan bagi desa wisata secara efektif.

Pemahaman yang mendalam tentang strategi pemasaran, khususnya dalam membuat promosi dan penguasaan teknologi digital memanfaatkan Canva dan AI diharapkan dapat menjadi katalisator dalam menghidupkan potensi pariwisata di Desa Mandah dan memberikan dampak positif bagi masyarakat setempat (Muhardono, 2024). Upaya mengembangkan destinasi wisata desa ini agar dapat dikenal oleh masyarakat secara luas selain membantu mempercepat pembangunan desa juga berdampak dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memberi peluang pekerjaan bagi Masyarakat. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat Desa Mandah dalam promosi digital melalui pelatihan dan pendampingan, sehingga mampu mengembangkan potensi wisata Batu Indah secara mandiri.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif, di mana mitra, yaitu masyarakat Desa Mandah, secara aktif dilibatkan dalam seluruh tahapan (Irwan, 2021). Kegiatan ini melibatkan pihak dari tim pengabdian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung dan masyarakat Desa Mandah. Tahap Persiapan, mulai dari observasi awal, wawancara singkat dan menyusun rencana kegiatan serta pemilihan narasumber. Masyarakat turut memberikan masukan mengenai kebutuhan dan potensi yang dimiliki desa, terutama dalam bidang pariwisata dan pemasaran digital. Tahapan selanjutnya adalah pelaksanaan, narasumber memberikan pelatihan dalam bentuk ceramah maupun diskusi kepada para peserta dalam meningkatkan pengetahuan terkait pariwisata dan promosi digital. Peserta berperan aktif dalam sesi pelatihan dengan terlibat dalam diskusi, praktik langsung penggunaan media promosi digital. Tahap akhir berupa pelaporan dan pemenuhan luaran kegiatan seperti seminar dan publikasi, juga melibatkan peserta dalam berbagi pengalaman serta menampilkan hasil karya mereka.

Evaluasi dan monitoring kegiatan dilakukan secara menyeluruh untuk mengukur efektivitas program. Selain menggunakan metode *pre-test* dan *post-test* guna mengetahui peningkatan pengetahuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan (Nurhaida, 2023), kegiatan ini juga menggunakan metode evaluasi tambahan seperti wawancara mendalam dan observasi langsung pasca-pelatihan (Khoiriyah, 2024). Wawancara dilakukan untuk mendapatkan perspektif kualitatif dari peserta mengenai manfaat dan kendala selama mengikuti kegiatan. Observasi dilakukan oleh tim pengabdian dengan mengunjungi langsung Desa Mandah untuk menilai penerapan keterampilan yang telah diberikan serta melihat dampak nyata dalam kegiatan promosi digital yang dilakukan oleh masyarakat.

Keberhasilan kegiatan pengabdian ini diukur berdasarkan beberapa kriteria, yaitu: peningkatan nilai *post-test* dibandingkan *pre-test* sebagai indikator pemahaman materi, tingkat partisipasi aktif peserta selama pelatihan dan pendampingan, konten promosi digital yang dihasilkan oleh peserta. Keberhasilan juga dilihat dari adanya perubahan sikap dan keterampilan digital peserta dalam mempromosikan potensi wisata lokal secara mandiri dan kreatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim Pengabdian Universitas Lampung melaksanakan kegiatan Pengabdian di Desa Mandah Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan. Diawali dengan tahap persiapan, pada hari Jumat tanggal 5 Juli 2024 tim pengabdian melakukan kunjungan dalam rangka berkoordinasi dengan pimpinan desa Pak Sodikin. Persiapan kegiatan ini dimulai dengan diskusi untuk menentukan tanggal dan hari pelaksanaan kegiatan. Selain itu tim pengabdian merancang dan menyusun rencana materi yang akan disampaikan pada pelaksanaan kegiatan. Pelatihan edukasi promosi digital bagi masyarakat Mandah disusun dengan maksud dan tujuan pengembangan potensi destinasi wisata Batu Indah di desa Mandah khususnya dalam kegiatan promosi. Adapun materi yang akan disampaikan oleh Tim Pengabdian adalah terkait manajemen

pemasaran, manajemen pariwisata, pemasaran digital, promosi digital memanfaatkan aplikasi Canva dan AI.

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian dilakukan pada hari Selasa tanggal 9 Juli tahun 2024. Tim Pengabdian merupakan gabungan dosen dan mahasiswa. Mahasiswa terdiri dari 4 orang dan berasal dari jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, Tim dosen bertugas memberikan materi edukasi atau pengetahuan dalam upaya melakukan promosi destinasi wisata batu indah yang ada di desa Mandah kecamatan Natar, dibantu mahasiswa dalam membimbing dalam membuat promosinya.

Pelaksanaan pelatihan dilakukan di Balai Desa Mandah Kecamatan Natar, para peserta pelatihan yang hadir berjumlah 22 orang. Adapun peserta yang hadir dan mengikuti pelatihan adalah para anggota BPD (Badan Permusyawaratan Desa), para KADUS (kepala Dusun), RT (rukun tetangga), Karang Taruna serta perangkat desa Mandah. Peserta yang hadir pelatihan ini yang diundang oleh Kepala Desa Mandah, untuk tujuan dapat memotivasi dan menggerakkan masyarakat desa untuk dapat mengembangkan promosi destinasi batu indah yang ada disepanjang desa Mandah kecamatan Natar.

Kegiatan dimulai pagi hari sekitar jam 10.00 WIB dan diawali dengan pembukaan oleh Pak Sodikin selaku Kepala Desa Mandah Kecamatan Natar dan dilanjutkan sambutan oleh ibu Aida Sari, selaku ketua tim dari pengabdian setelah pembukaan dilanjutkan dengan penyampaian materi yang telah disiapkan.



Gambar 1. Pembukaan Kegiatan Pengabdian

Sebelum materi dipaparkan, peserta diberikan pre-test dan post-test di akhir untuk evaluasi pengetahuan. Pemaparan Materi oleh narasumber disampaikan dengan metode ceramah dengan cara bergiliran dengan mengacu pada materi yang disusun. Materi yang disampaikan oleh narasumber adalah seputar manajemen pemasaran, pariwisata, pemasaran digital dan promosi digital menggunakan canva dan AI.

Suasana pada saat pelaksanaan kegiatan sangat kondusif, para peserta terlihat serius dan bersemangat mendengarkan saat penyampaian materi oleh tim pengabdian, selain itu juga kepala desa ikut mendampingi pada saat penyampaian materi sehingga kepala desa memotivasi peserta untuk memotivasi untuk bertanya seputaran materi yang disampaikan. Selesai menyampaikan materi dilanjutkan dengan pelatihan membuat promosi dengan canva dan AI yang didampingi oleh para mahasiswa.

Setelah penyampaian materi dan latihan kepada para peserta pelatihan, tahap pelaksanaan yang terakhir melakukan post-test. Instrumen pengujian berupa pertanyaan yang diberikan pada saat pre-test dan post-test adalah sama. Hal ini bertujuan ingin mengukur keberhasilan dari pelaksanaan pengabdian ini dalam mengukur kemampuan pengetahuan dari edukasi materi yang disampaikan oleh pemateri dari tim pengabdian. Adapun hasil uji pre-test dan post-test peserta pelatihan edukasi ini dapat dilihat pada tabel 1

Tabel 1. Hasil uji pre-test dan post test pengetahuan peserta pelatihan kegiatan

Peserta	Nilai Rata-Rata Pre-Test	Nilai Rata-Rata Post-Test
22 orang	46,54	84,17

Tabel 1 menunjukkan skor rata-rata hasil pre-test sebesar 46,54, nilai tersebut diperoleh dari peserta pelatihan sebelum tim pengabdian menyampaikan materi. Sementara itu, skor rata-rata post-test adalah 84,17. Hasil pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terkait materi pelatihan, khususnya mengenai strategi promosi digital pariwisata. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum memahami konsep dasar pemasaran digital, penggunaan media sosial secara optimal, maupun pemanfaatan alat desain seperti Canva dan AI. Namun, setelah pelatihan, skor rata-rata post-test mengalami peningkatan hingga 80% dibandingkan pre-test. Temuan ini sejalan dengan studi oleh (Wibowo, 2020), yang menyatakan bahwa pelatihan digital berbasis praktik langsung mampu meningkatkan literasi digital masyarakat desa secara signifikan dalam waktu singkat. Pendekatan interaktif yang digunakan dalam pelatihan ini terbukti efektif dalam membangun kompetensi dasar dalam pemasaran digital. Keberhasilan ini tentunya terlihat juga pada peserta pelatihan yang sangat antusias mengikuti kegiatan pengabdian dan motivasi peserta dari BPD, kepala dusun, RT, Karang Taruna dan perangkat desa untuk memotivasi masyarakat sadar wisata, dengan masyarakat sadar wisata akan mempromosikan desanya yang memiliki potensi destinasi wisata batu indah yang ada di desa Mandah Kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.

Hasil ini juga konsisten dengan studi yang dilakukan oleh (Sari P. &, 2021) mengenai pelatihan digital untuk promosi wisata di Desa Wisata Nglanggeran, yang menemukan bahwa pelatihan berbasis aplikasi digital dan media sosial meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengenalkan potensi wisata lokal secara mandiri. Dalam konteks kegiatan ini, peserta tidak hanya memahami materi secara teoritis, tetapi juga mampu menerapkannya dalam konteks lokal. Beberapa peserta bahkan telah membuat desain promosi destinasi wisata seperti air terjun, kebun buah, dan kerajinan lokal, yang kemudian dipublikasikan melalui media sosial. Ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil tidak hanya pada aspek kognitif, tetapi juga dalam menggerakkan aksi nyata.

Tahapan akhir kegiatan pelatihan ditutup secara resmi oleh Kepala Desa, disertai dengan penyampaian tanggapan dari beberapa peserta yang diwawancarai oleh mahasiswa. Selanjutnya, tim pengabdian akan terus mendampingi para peserta dalam merancang promosi destinasi wisata Batu Indah, Desa Mandah, Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan, agar dapat dipublikasikan melalui media sosial dan platform e-commerce seperti Instagram, TikTok, dan lainnya. Promosi melalui media sosial ini diharapkan dapat memperkenalkan destinasi wisata Batu Indah ke khalayak yang lebih luas, sehingga dapat menarik kunjungan wisatawan. Hal ini pada akhirnya akan memberikan dampak positif berupa peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat Desa Mandah.

Dampak nyata dari kegiatan ini sudah mulai terlihat, antara lain dengan terbentuknya beberapa akun media sosial yang dikelola langsung oleh peserta pelatihan untuk mempromosikan wisata Batu Indah. Selain itu, munculnya semangat kolaboratif antarwarga dalam mengembangkan potensi desa juga menjadi indikator keberhasilan awal dari program ini. Terakhir, seluruh rangkaian kegiatan pengabdian ditutup dengan sesi foto bersama antara peserta pelatihan dan tim pelaksana.



Gambar 2. Foto Bersama Kegiatan Pengabdian

4. KESIMPULAN

Kegiatan pelaksanaan pengabdian mengenai *Edukasi Promosi Digital Bagi Masyarakat dalam Upaya Pengembangan Potensi Destinasi Wisata Batu Indah* dikatakan berhasil karena diikuti oleh seluruh elemen masyarakat Desa Mandah, Kecamatan Natar. Keberhasilan ini juga tercermin dari antusiasme dan motivasi tinggi peserta dalam mengembangkan destinasi wisata Batu Indah. Evaluasi keberhasilan dilakukan dengan mengacu pada target utama kegiatan, yaitu: peningkatan pengetahuan peserta minimal 70% dari hasil post-test, keterlibatan aktif masyarakat dalam pelatihan, serta implementasi awal promosi digital melalui media sosial.

Beberapa indikator keberhasilan yang dicapai meliputi: (1) Tahap persiapan, kegiatan mendapat dukungan penuh dari mitra, yakni Bapak Sodikin selaku Kepala Desa Mandah. Beliau memberikan izin penggunaan balai desa sebagai lokasi kegiatan, serta terlibat dalam perencanaan penyusunan materi pelatihan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat. (2) Tahap pelaksanaan, peserta pelatihan menunjukkan partisipasi aktif sepanjang kegiatan. Kehadiran dan dukungan langsung dari Kepala Desa juga meningkatkan semangat peserta. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, terjadi peningkatan pengetahuan sebesar 80,86%, melampaui target yang ditentukan. Sebanyak 70% peserta juga menjawab post-test dengan benar, menunjukkan pemahaman yang baik terhadap materi. (3) Tahap penutupan, kegiatan ditutup secara resmi oleh Kepala Desa, dengan dukungan dan harapan masyarakat agar pendampingan berlanjut untuk mewujudkan Desa Mandah sebagai desa sadar wisata. Masyarakat berharap destinasi Batu Indah dapat dikenal secara luas, meningkatkan penghasilan, serta membuka lapangan pekerjaan.

Selain pencapaian tersebut, dampak positif dari kegiatan ini juga terlihat melalui upaya peserta yang telah membuat akun media sosial untuk mempromosikan wisata Batu Indah. Beberapa peserta juga mulai merancang konten promosi menggunakan *Canva* dan teknologi AI, sebagai hasil nyata dari pelatihan. Adapun rekomendasi untuk keberlanjutan program antara lain: (1) Melanjutkan pendampingan secara berkala oleh tim pengabdian dalam bentuk klinik digital kreatif di desa. (2) Menginisiasi kerja sama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Lampung Selatan untuk mendukung promosi wisata berbasis digital. (3) Membentuk kelompok sadar wisata (Pokdarwis) yang terdiri dari peserta pelatihan untuk menjadi motor penggerak promosi destinasi secara berkelanjutan. (4) Menyediakan pelatihan kewirausahaan digital sebagai program lanjutan untuk meningkatkan dampak ekonomi dari pengembangan pariwisata digital. Dengan keberhasilan yang telah dicapai dan adanya rekomendasi berkelanjutan, diharapkan program ini mampu mewujudkan Desa Mandah sebagai desa wisata berbasis digital yang mandiri dan berdaya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Irwan, I. L. (2021). Pendekatan Partisipatif Dalam Perencanaan Pembangunan di Kabupaten Sidenreng Rappang. *GEOGRAPHY: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*, 9(2), 137-151.
- Khoiriyah, I. &. (2024). Evaluasi Kesiapan Pelatihan Inklusif Ramah Disabilitas. *Prosiding PITNAS Widyaiswara*, (pp. 1, 349-362.).
- Kurniawan, A. R. (2020). Tantangan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat pada era digital di Indonesia (Studi Kasus Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Pangalengan). *Tornare: Journal of Sustainable and Research*, 2(2), 10.
- Kurniawan, A. W. (2023). Pengembangan potensi desa wisata di Banyumas menuju pembangunan perdesaan berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa Dan Pertanian*, 8(5), 169-181.
- Muhardono, A. S. (2024). Pelatihan Optimalisasi Konten Marketing menggunakan Aplikasi Artificial Intelligence (AI) bagi UMKM Kampoeng Batik Kauman Pekalongan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(3).

- Nurhaida, I. W. (2023). Transformasi Paradigma Pembelajaran: Kolaborasi dan Partisipasi Aktif Melalui Sosialisasi Program Praktisi Mengajar. . *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(5), 1315-1325.
- Nurhasanah, N. R. (2020). Pelatihan Pembuatan Sabun Cair Antibakteri (SANTRI) Pada Kelompok PKK Desa Mandah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) TABIKPUN*, 1(1), 71-78.
- Pratiwi, A. N. (2021). Strategi Pengelolaan Homestay Melalui Penerapan Chse dan Pemanfaatan Digitalisasi Media Sosial di Desa Wisata Purwosari. *Jurnal Abdimas Adpi Sosial dan Humaniora*.
- Prayitno, G. S. (2021). *Smart Village: Mewujudkan SDG's Desa Berbasis Keterpaduan Pengelolaan dan Inovasi Digital*. Universitas Brawijaya Press.
- Sari, A. R. (2024). Optimalisasi Pemasaran Media Sosial Tiktok Dan Pelatihan Tiktok Shop Di Desa Bernung Pesawaran. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 7(1), 7-12.
- Sari, P. &. (2021). Pelatihan digital marketing sebagai strategi promosi pariwisata di Desa Wisata Nglanggeran. *Jurnal Pariwisata dan Inovasi*, 8(1), 45-54.
- Sofyan, E. &. (2021). Partisipasi masyarakat dalam pengembangan desa wisata berbasis kekayaan alam di Kabupaten Garut. . *Jurnal Pariwisata Garut*, 9(1), 17-26.
- Wardaya, W. H. (2022). Inovasi Pengembangan Wisata Berbasis Masyarakat Studi Kasus Pada Kelurahan Sukolilo Baru Dan Kelurahan Kandangan Surabaya. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Waruwu, D. E. (2020). Pengembangan Tanaman Herbal sebagai Destinasi Wisata di Desa Catur, Kintamani, Bali. . *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(1), 1-10.
- Wibowo, A. P. (2020). Peningkatan literasi digital masyarakat desa melalui pelatihan pemasaran digital berbasis aplikasi. . *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(2), 123-132.

Halaman Ini Dikосongkan